

UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG

SURVEI MAHASISWA BARU

TAHUN 2020

PENGESAHAN

Laporan Survei Mahasiswa Baru Universitas Bandar Lampung
Tahun Akademik 2020/2021

**Biro Marketing, Humas dan Kerjasama
Universitas Bandar Lampung**

Penasihat:

Prof. Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, MBA

Penanggung Jawab:

Ir. Indriati Agustina Gultom, MM

Tim Penyusun

Ketua:

Ir. Indriati Agustina Gultom, MM

Penyusun Instrumen Kuesioner:

Riswan, SE., M.Akt

Analisis dan Olah Data:

Achmad Cucus, S.Kom., M.Kom.

Desain Cover:

Aprizal Darius, S.Kom

Anggota:

Argadwi Saputra, SH., MH, Fitri Subarman, SH

Disahkan,

Universitas Bandar Lampung, November 2020

SAMBUTAN REKTOR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Biro Marketing, Humas dan Kerjasama (BMHK) merupakan salah satu Biro yang bertanggung jawab dalam perencanaan dan pengembangan organisasi di Universitas Bandar Lampung (UBL). Salah satu program yang dilakukan adalah dengan melaksanakan survei mahasiswa baru yang bertujuan untuk mengetahui persepsi, alasan, tujuan dan harapan terhadap UBL. Survei ini bermanfaat dalam penyusunan kebijakan, strategi dan program terkait kegiatan akademik dan kemahasiswaan, pengembangan media informasi, penerimaan mahasiswa baru, dan penyediaan sarana-prasarana.

Survei mahasiswa baru dilaksanakan secara periodik pada setiap awal tahun akademik. Survei mahasiswa baru 2020/2021 merupakan survei yang dilaksanakan selama September sd bulan Oktober di tahun 2020. Instrumen, mekanisme pelaksanaan, pengolahan dan analisis data, serta pelaporan survei ini terus dikembangkan untuk memperoleh hasil yang lebih baik.

Atas nama Universitas Bandar Lampung, saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh mahasiswa baru 2020/2021 yang telah mengisi survei dan Tim Pelaksana Survei yang telah melaksanakan survei hingga menyelesaikan Laporan ini. Kami berharap Laporan Survei Mahasiswa Baru 2020/2021 ini dapat bermanfaat bagi seluruh sivitas akademika.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Prof. Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, MBA

PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah, berkat Rahmat Allah *Subhanahu Wa Taalla*, Laporan Survei Mahasiswa Baru Universitas Bandar Lampung tahun akademik 2020/2021 dapat disusun sebagai luaran dari pelaksanaan survei mahasiswa baru.

Laporan ini disusun dalam 4 (empat) Bab. *Bab pertama* berfungsi sebagai pendahuluan yang mengantarkan pembaca untuk memahami latar belakang, tujuan, dan manfaat pelaksanaan survei mahasiswa baru ini. *Bab kedua* berisi metode pelaksanaan survei yang memaparkan proses dari perencanaan dan pelaksanaan, dan pelaporan. *Bab ketiga* berfokus pada analisis hasil survei. Pada bab ini, sampel, populasi, analisis umum hasil survei, dan bahasan terkait analisis. *Bab keempat* merupakan kesimpulan dari hasil analisis serta beberapa rekomendasi yang dapat menjadi pertimbangan kebijakan bagi pimpinan universitas.

Kami telah melakukan evaluasi terhadap kegiatan Survei Mahasiswa Baru Universitas Bandar Lampung tahun akademik 2020/2021, baik dari sisi konsep maupun teknis pelaksanaan. Kami mengakui masih terdapat kekurangan dan menyadari beberapa potensi perbaikan untuk ke depannya agar mampu memenuhi standar informasi pemeringkatan internasional dan memberikan rekomendasi kebijakan yang tepat sasaran kepada pimpinan universitas.

Pada akhirnya, kami sangat berterima kasih kepada Rektor, Wakil Rektor Bidang Administrasi Akademik, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Keuangan, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, dan semua pihak yang telah membimbing dan mengarahkan secara konseptual dalam pelaksanaan survei ini. Kami ucapkan pula terima kasih kepada tim pelaksana, penyusun instrumen, pengolah data, dan penyusun laporan yang berperan langsung pada proses perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan survei mahasiswa baru ini, kami ucapkan banyak terima kasih.

Semoga laporan ini memberikan manfaat berlimpah bagi seluruh sivitas akademika di UBL.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ir. Indriati Agustina Gultom, MM

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	1
SAMBUTAN REKTOR	2
PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	4
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	8
BAB I PENDAHULUAN	10
A. Latar Belakang	10
B. Tujuan	11
C. Manfaat	11
D. Sasaran	11
E. Waktu	12
BAB II METODE	13
A. Metode	13
B. Perencanaan	13
C. Pelaksanaan	18
D. Analisis dan Pelaporan	18
BAB III ANALISIS HASIL SURVEI	19
A. Sampel dan Populasi	19
B. Analisis Umum Hasil Survei	22
B.1. Data dan Analisis Berdasarkan Jenis Kelamin	22
B.2. Data dan Analisis Berdasarkan Pekerjaan Ayah	23
B.3. Data dan Analisis Berdasarkan Pekerjaan Ibu	24

B.4. Data dan Analisis Berdasarkan Penghasilan Ayah per - bulan	25
B.5. Data dan Analisis Berdasarkan Penghasilan Ibu per - bulan	26
B.6. Data dan Analisis Berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL	27
B.7. Data dan Analisis Berdasarkan Sumber Informasi PMB melalui Media Sosial	28
B.8. Data dan Analisis Berdasarkan Sumber Informasi PMB melalui Website	29
B.9. Data dan Analisis Berdasarkan Kepuasan terhadap Kelengkapan Informasi PMB UBL	30
B.10. Data dan Analisis Berdasarkan Motivasi Utama Memilih UBL	31
B.11. Data dan Analisis Berdasarkan Alasan memilih UBL	32
B.12. Data dan Analisis Berdasarkan Tujuan Setelah Lulus dari UBL	33
B.13. Data dan Analisis Berdasarkan Urutan UBL dalam memilih Perguruan Tinggi	34
B.14. Data dan Analisis Berdasarkan Persepsi Awal Tentang UBL	35
B.15. Data dan Analisis Berdasarkan Kepuasan di terima di UBL	36
B.16. Data dan Analisis Berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL	37
B.17. Data dan Analisis Berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik diluar Perkuliahan	38
B.18. Data dan Analisis Berdasarkan Fasilitas yang perlu Ditambah dan Dibenahi	39
B.19. Data dan Analisis terkait Layanan Biro Marketing	40
B.20. Data dan Analisis terkait Layanan Biro Keuangan	41
B.21. Data dan Analisis terkait Layanan Biro Akademik	42
B.22. Data dan Analisis terkait Layanan Biro Kemahasiswaan	43
B.23. Data dan Analisis terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp	44
B.24. Data dan Analisis terkait Penggunaan Media Komunikasi Line	45
B.25. Data dan Analisis terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Rincian Waktu Survei Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021	12
Tabel 2.1. Kuesioner Survei Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021	14
Tabel 3.1. Sebaran Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021	19
Tabel 3.2. Populasi dan Sebaran Sampel Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021 berdasarkan Program Studi	20
Tabel 3.3. Sebaran Sampel Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021 berdasarkan Fakultas	21
Tabel 3.4. Sebaran Sampel berdasarkan Jenis Kelamin	22
Tabel 3.5. Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ayah	23
Tabel 3.6. Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ibu	24
Tabel 3.7. Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ayah per-bulan	25
Tabel 3.8. Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ibu per-bulan	26
Tabel 3.9. Sebaran Sampel berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL	27
Tabel 3.10. Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL melalui Media Sosial	28
Tabel 3.11. Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL melalui Website UBL	29
Tabel 3.12. Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan terhadap Kelengkapan Informasi PMB UBL	30
Tabel 3.13. Sebaran Sampel berdasarkan Motivasi Utama Memilih UBL	31
Tabel 3.14. Sebaran Sampel berdasarkan Alasan Memilih UBL	32
Tabel 3.15. Sebaran Sampel berdasarkan Tujuan setelah Lulus dari UBL	33
Tabel 3.16. Sebaran Sampel berdasarkan Urutan UBL dalam memilih Perguruan Tinggi	34
Tabel 3.17. Sebaran Sampel berdasarkan Persepsi Awal tentang UBL	35
Tabel 3.18. Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Diterima di UBL	36
Tabel 3.19. Sebaran Sampel berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL	37

Tabel 3.20. Sebaran Sampel berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik diluar Perkuliahan	38
Tabel 3.21. Sebaran Sampel berdasarkan Fasilitas yang Perlu Ditambahkan atau Dibenahi	39
Tabel 3.22. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Marketing	40
Tabel 3.23. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Keuangan	41
Tabel 3.24. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Akademik	42
Tabel 3.25. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Kemahasiswaan	43
Tabel 3.26. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp	44
Tabel 3.27. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Line	45
Tabel 3.28. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Survei Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021	13
Gambar 3.1. Persentase Sebaran Sampel pada Tiap Program Studi	20
Gambar 3.2. Persentase Sebaran Sampel pada Tiap Fakultas	21
Gambar 3.3. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Jenis Kelamin	22
Gambar 3.4. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ayah	23
Gambar 3.5. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ibu	24
Gambar 3.6. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ayah per-bulan	25
Gambar 3.7. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ibu per-bulan	26
Gambar 3.8. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL	27
Gambar 3.9. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Informasi UBL melalui Media Sosial	28
Gambar 3.10. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Informasi UBL melalui Website UBL	29
Gambar 3.11. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan terhadap Kelengkapan Informasi PMB UBL	30
Gambar 3.12. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Motivasi Utama Memilih UBL	31
Gambar 3.13. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Alasan Memilih UBL	32
Gambar 3.14. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Tujuan Setelah Lulus dari UBL	33
Gambar 3.15. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Urutan UBL dalam memilih Perguruan Tinggi	34
Gambar 3.16. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Persepsi Awal tentang UBL	35
Gambar 3.17. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Diterima di UBL	36

Gambar 3.18. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL	37
Gambar 3.19. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik Diluar Perkuliahan	38
Gambar 3.20. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Fasilitas yang Perlu Ditambahkan atau Dibenahi	39
Gambar 3.21. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Marketing	40
Gambar 3.22. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Keuangan	41
Gambar 3.23. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Akademik	42
Gambar 3.24. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Kemahasiswaan	43
Gambar 3.25. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp	44
Gambar 3.26. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Line	45
Gambar 3.27. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan formal, merupakan raihan pendidikan tertinggi, yang berlaku diseluruh dunia. Dalam aktivitasnya, secara umum terdapat berbagai elemen yang dapat membuat sebuah Perguruan Tinggi beraktivitas dengan baik, pencapaian visi dan misi serta dapat berkelanjutan. Salah satu elemen yang perlu diperhatikan adalah elemen mahasiswa sebagai konsumen utama dalam kegiatan Perguruan Tinggi.

Sebagai tujuan keberlangsungan sebuah Perguruan Tinggi, capaian target kuantitas dan kualitas mahasiswa baru di setiap tahun menjadi hal penting yang menjadikan Perguruan Tinggi saling berlomba untuk mengembangkan seluruh potensi internal guna menarik minat calon mahasiswa baru. Untuk dapat menarik minat calon mahasiswa, Perguruan Tinggi memerlukan strategi-strategi tertentu melalui perencanaan strategis yang baik dan tepat. Perencanaan strategis memerlukan data yang cukup sebagai bagian dalam pengambilan keputusan; salah satunya adalah data terkait evaluasi kinerja internal di mata mahasiswa baru. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan sebanyak mungkin informasi awal dari sisi atau aspek mahasiswa baru, sehingga Perguruan Tinggi akan mendapatkan informasi yang cukup untuk menyeimbangkan antara apa yang telah dilakukan Perguruan Tinggi, kemampuan Perguruan Tinggi, persepsi dan harapan mahasiswa baru.

Biro Marketing, Humas dan Kerjasama Universitas Bandar Lampung (BMHK-UBL), merupakan salah satu unit pendukung, yang bertugas untuk mengevaluasi dan merencanakan kebijakan universitas yang berkaitan dengan pencapaian target kuantitas dan kualitas mahasiswa baru, kehumasan dan mengelola kesesuaian persepsi dan harapan mahasiswa dengan kebijakan Perguruan Tinggi yang akan diturunkan kedalam kebijakan fakultas, program studi dan unit pendukung lainnya.

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat mahasiswa dan hal yang berkaitan dengan pandangan mahasiswa baru terhadap UBL. Hasil dari kuesioner ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi BMHK-UBL dalam merencanakan strategi serta kebijakan Perguruan Tinggi ke depannya.

B. Tujuan

Pelaksanaan survei mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi proses penerimaan mahasiswa baru
2. Mengidentifikasi persepsi, alasan, tujuan dan harapan mahasiswa baru
3. Mengidentifikasi kepuasan layanan mahasiswa secara umum
4. Mengidentifikasi harapan mahasiswa

C. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan survei mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 adalah :

1. Sebagai Bahan masukan dan rekomendasi pada proses penerimaan mahasiswa baru di tahun berikutnya.
2. Sebagai bahan rekomendasi untuk mengakomodasikan persepsi, tujuan dan harapan mahasiswa baru.
3. Sebagai bahan dalam upaya perbaikan pelayanan secara umum.
4. Sebagai bahan awal dalam upaya memenuhi harapan mahasiswa secara umum.

D. Sasaran

Kuisisioner ini ditujukan kepada mahasiswa pada tahun akademik 2020/2021 baik Program Sarjana (Strata 1) di lingkungan UBL.

E. Waktu

Tabel 1.1. Rincian Waktu Survei Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021

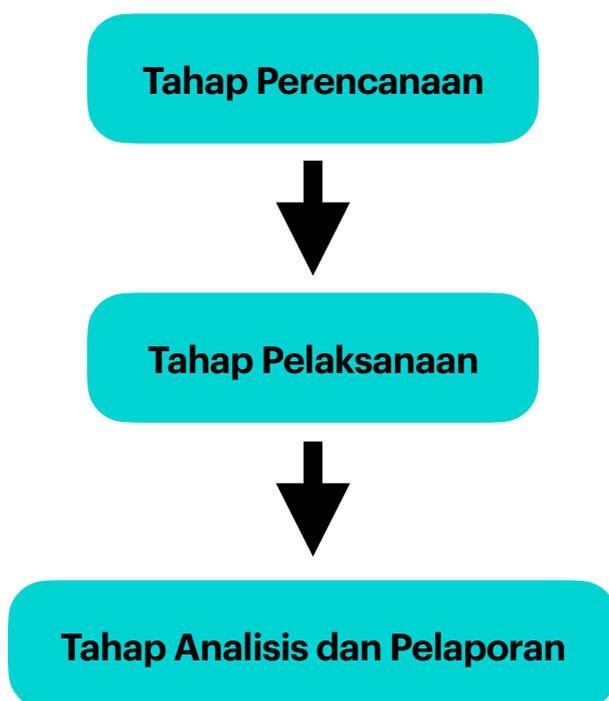
Kegiatan	Waktu
Perencanaan survei	Minggu I bulan Oktober
Pelaksanaan survei	Minggu II bulan Oktober
Analisis Data	Minggu III bulan Oktober
Pembuatan Laporan	Minggu IV bulan Oktober

BAB II

METODE

A. Metode

Metode survei bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai alur pelaksanaan survei mahasiswa baru, dimulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, analisis data, dan pelaporan. Pada metode survei ditunjukkan gambaran besar skema survei yang ditampilkan pada Gambar 2. 1.



Gambar 2.1. Skema Survei Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021

B. Perencanaan

Survei dimulai dengan tahap perencanaan. Langkah awal yang dilakukan adalah penyusunan rencana kerja dalam bentuk penetapan tujuan, target responden, penyusunan kuesioner dan lama waktu pelaksanaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan mengacu pada tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Tabel 2.1 berikut menampilkan kuesioner yang telah disusun, yang kemudian di masukkan ke dalam Google Form untuk masuk ke tahapan penyebaran kuesioner kepada responden dengan akses melalui e-mail student dengan domain UBL.

Tabel 2.1. Kuesioner Survei Mahasiswa

Pertanyaan	Pilihan Jawaban
Fakultas	<ul style="list-style-type: none"> o Fakultas Ekonomi dan Bisnis o Fakultas Hukum o Fakultas Teknik o Fakultas Ilmu Komputer o Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik o Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi	<ul style="list-style-type: none"> o Manajemen o Akuntansi o Hukum o Teknik Sipil o Teknik Mesin o Arsitektur o Informatika o Sistem Informasi o Administrasi Publik o Administrasi Bisnis o Ilmu Komunikasi o Pendidikan Bahasa Inggris
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> o Laki-laki o Perempuan
Pekerjaan orang tua (Ayah)	<ul style="list-style-type: none"> o Buruh o Pegawai Negeri/ BUMN o Pegawai Swasta o Pendidik/ Guru/ Dosen o Pengusaha/ Wiraswasta o TNI o POLRI o Lainnya
Pekerjaan orang tua (Ibu)	<ul style="list-style-type: none"> o Buruh o Pegawai Negeri/ BUMN o Pegawai Swasta o Pendidik/ Guru/ Dosen o Pengusaha/ Wiraswasta o TNI o POLRI o Lainnya

Penghasilan orang tua (Ayah) per-bulan	<ul style="list-style-type: none"> o Kurang dari Rp.700.000 o Rp.700.000 sd Rp.2.000.000 o Rp.2.000.000 sd Rp.4.000.000 o Rp.4.000.000 sd Rp.7.000.000 o Diatas Rp.7.000.000
Penghasilan orang tua (Ibu) per-bulan	<ul style="list-style-type: none"> o Kurang dari Rp.700.000 o Rp.700.000 sd Rp.2.000.000 o Rp.2.000.000 sd Rp.4.000.000 o Rp.4.000.000 sd Rp.7.000.000 o Diatas Rp.7.000.000
Dari manakah Anda mendapatkan informasi tentang UBL dan Penerimaan Mahasiswa Baru di UBL (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)	<ul style="list-style-type: none"> o Media Massa (TV/Radio/Koran) o Media Website o Media Sosial o Guru BK o Pegawai UBL o Mahasiswa UBL o Alumni UBL o Tim Promosi UBL (Kunjungan ke Sekolah) o Pameran pendidikan o Kunjungan ke UBL o Spanduk UBL o Billboard UBL
Jika dari media sosial, Anda mendapatkan informasi dari ? (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)	<ul style="list-style-type: none"> o Instagram o Youtube o Facebook o Tiktok o Twitter
Apakah website UBL memberikan informasi yang memadai terkait UBL dan Penerimaan Mahasiswa Baru UBL ?	<ul style="list-style-type: none"> o Tidak memadai o Kurang memadai o Memadai o Sangat memadai
Apakah Anda mendapatkan informasi lengkap dan pelayanan memuaskan ketika melakukan proses pendaftaran di UBL ?	<ul style="list-style-type: none"> o Ya o Tidak
Siapakah yang paling memotivasi Anda hingga akhirnya memilih kuliah di UBL ?	<ul style="list-style-type: none"> o Diri sendiri o Guru sekolah o Kerabat o Orang tua o Kakak tingkat o Lainnya

<p>Apakah alasan Anda memilih kuliah di UBL ? (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Fasilitas lengkap dan bagus o Biaya terjangkau o Akreditasi Program Studi o Akreditasi Universitas o Beasiswa o Lokasi kampus yang strategis o Citra Universitas dikenal baik o Tidak diterima di PTN o Tidak diterima di PTS lain o Tidak diterima di Sekolah Kementerian/ Kepolisian/TNI o Lulusan UBL dikenal sukses
<p>Apakah Tujuan Anda setelah lulus dari UBL ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Aktivistis o Content Creator o Karyawan/ Pegawai Swasta o PNS o Konsultan o Pendidik o Pengusaha o Studi Lanjut o Lainnya
<p>Pilihan masuk ke UBL merupakan ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Pilihan pertama, tidak mengikuti tes seleksi masuk PTN/ PTS lain o Pilihan kedua, setelah gagal seleksi di PTN o Pilihan ketiga, setelah gagal seleksi di Sekolah Kementerian/Akpol/Akmil o Pilihan terakhir, setelah gagal mengikuti tes diberbagai perguruan tinggi/ sekolah kementerian/ kepolisian/TNI
<p>Bagaimana persepsi awal Anda tentang UBL ? (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Fasilitas memadai o Pelayanan bagus o Tenaga pengajar berkualitas o Biaya mahal o Terkenal o Ada beasiswa o Lulusan sukses o Sulit lulus o Swasta besar
<p>Seberapa puaskah Anda diterima kuliah di UBL ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Tidak puas o Kurang puas o Puas o Sangat puas

Bagaimana pendapat Anda tentang lulusan UBL ?	<ul style="list-style-type: none"> o Dapat bersaing dengan lulusan Universitas lain o Dapat bersaing dengan lulusan keilmuan lain o Kurang dapat bersaing dengan Universitas lain o Tidak tahu o Lainnya
Kemampuan spesifik apa yang ingin Anda miliki setelah lulus dari UBL diluar perkuliahan ? (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)	<ul style="list-style-type: none"> o Kepemimpinan o Komunikasi (Public Speaking) o Kemampuan manajemen waktu o Kemampuan membangun jejaring o Kemampuan berfikir kritis o Kemampuan untuk kreatif dan inovatif o lainnya
Menurut Anda fasilitas apa saja yang perlu ditambahkan atau dibenahi (boleh memilih lebih dari 1 jawaban)	<ul style="list-style-type: none"> o Area parkir motor o Area parkir mobil o Taman o Perluasan kantin o Kebersihan kantin o Jaringan internet o Gazebo (tempat berteduh/beristirahat) o lainnya
Berdasarkan pengalaman anda, seberapa baik layanan pada Biro Marketing?	<ul style="list-style-type: none"> o Sangat tidak baik o Tidak baik o Baik o Sangat baik o Belum pernah berhubungan
Berdasarkan pengalaman anda, seberapa baik layanan pada Biro Keuangan?	<ul style="list-style-type: none"> o Sangat tidak baik o Tidak baik o Baik o Sangat baik o Belum pernah berhubungan
Berdasarkan pengalaman anda, seberapa baik layanan pada Biro Akademik?	<ul style="list-style-type: none"> o Sangat tidak baik o Tidak baik o Baik o Sangat baik o Belum pernah berhubungan
Berdasarkan pengalaman anda, seberapa baik layanan pada Biro Kemahasiswaan?	<ul style="list-style-type: none"> o Sangat tidak baik o Tidak baik o Baik o Sangat baik o Belum pernah berhubungan

Penggunaan media komunikasi : Whatapps	<ul style="list-style-type: none">o Tidak menggunakan Whatappso Rutin menggunakano Tidak rutin
Penggunaan media komunikasi : Line	<ul style="list-style-type: none">o Tidak menggunakan Lineo Rutin menggunakano Tidak rutin
Penggunaan media komunikasi : Telegram	<ul style="list-style-type: none">o Tidak menggunakan Telegramo Rutin menggunakano Tidak rutin

C. Pelaksanaan

Survei dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan, yaitu dimulai dari Minggu ke II bulan Oktober. Pelaksanaan survei dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang sudah disusun sebelumnya ke sasaran survei, yaitu mahasiswa aktif dengan penyebarannya menggunakan *Google Form*.

D. Analisis dan Pelaporan

Setelah waktu pelaksanaan survei selesai dan data telah terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data dan pelaporan. Data yang telah terkumpul akan masuk ke proses pengolahan data dengan tahapan : *cleaning, classifying, verifying, analyzing dan concluding*. Data yang selesai diolah, kemudian masuk kedalam proses visualisasi data untuk kemudian disajikan dalam dokumen ini.

BAB III

ANALISIS HASIL SURVEI

A. Sampel dan Populasi

Berdasarkan data yang didapat dari Sistem Informasi Manajemen Mahasiswa Baru Tahun akademik 2020/2021 berjumlah 1.420 mahasiswa baru; dimana jumlah tersebut tidak termasuk Mahasiswa Program Magister (Strata 2). Tabel 3.1 berikut menampilkan detail jumlah mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021.

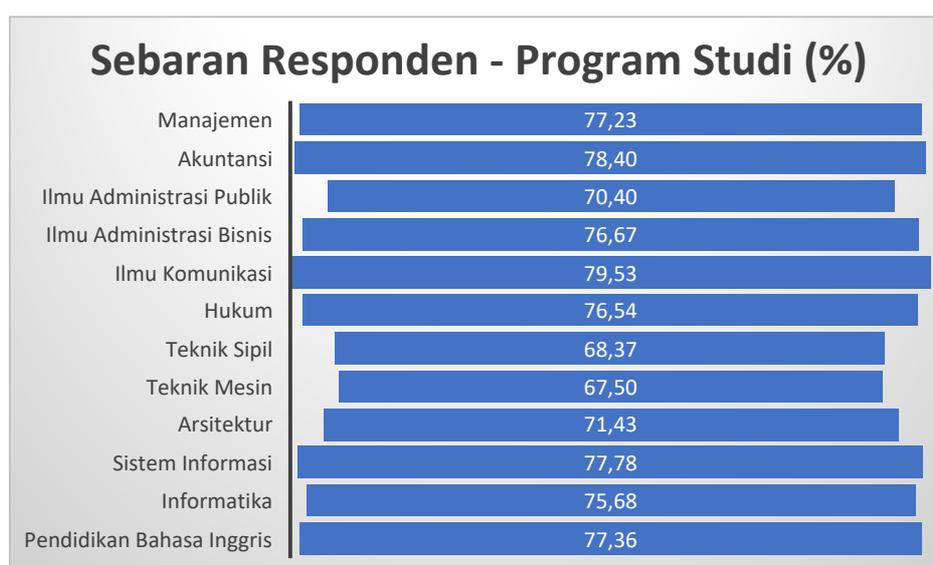
Tabel 3.1. Sebaran Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021

No	Program Studi	Jumlah
1	Manajemen	303
2	Akuntansi	125
3	Ilmu Administrasi Publik	125
4	Ilmu Administrasi Bisnis	60
5	Ilmu Komunikasi	127
6	Hukum	358
7	Teknik Sipil	98
8	Teknik Mesin	40
9	Arsitektur	21
10	Sistem Informasi	36
11	Informatika	74
12	Pendidikan Bahasa Inggris	53
Total :		1.420

Pada Tabel 3.2. disajikan data sebaran sampel yang diperoleh selama 7 (tujuh) hari penyebaran kuesioner menggunakan bantuan Google Form, dan divisualisasikan dengan menggunakan diagram seperti disajikan pada Gambar 3.1.

Tabel 3.2. Populasi dan Sebaran Sampel Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2020/2021 berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Populasi	Sampel	Persen
1	Manajemen	303	234	77,23
2	Akuntansi	125	98	78,40
3	Ilmu Administrasi Publik	125	88	70,40
4	Ilmu Administrasi Bisnis	60	46	76,67
5	Ilmu Komunikasi	127	101	79,53
6	Hukum	358	274	76,54
7	Teknik Sipil	98	67	68,37
8	Teknik Mesin	40	27	67,50
9	Arsitektur	21	15	71,43
10	Sistem Informasi	36	28	77,78
11	Informatika	74	56	75,68
12	Pendidikan Bahasa Inggris	53	41	77,36
Total :		1420	1075	75,70



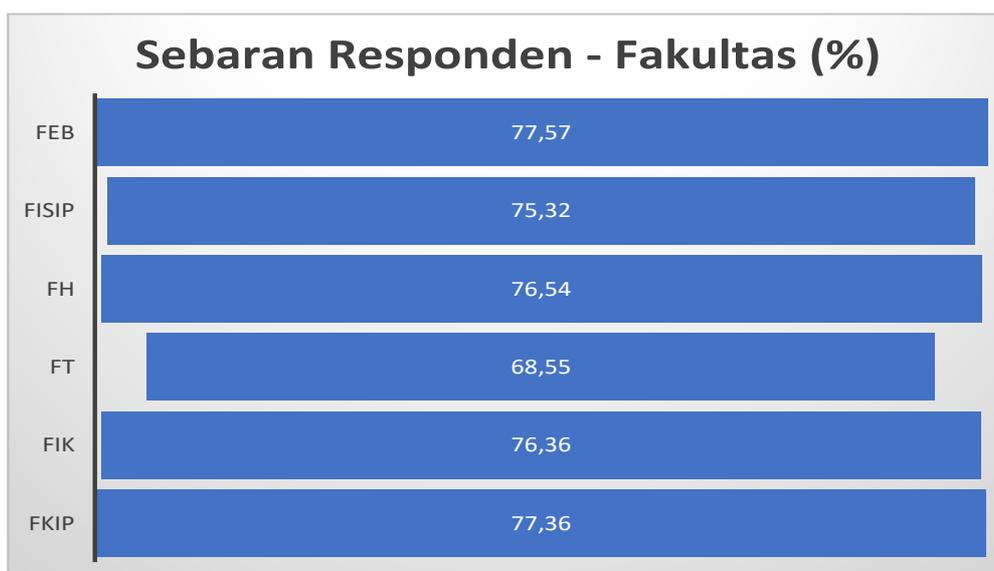
Gambar 3.1. Persentase Sebaran Sampel pada Setiap Program Studi

Dari data sebaran sampel, dengan rata-rata sampel antara 67,5% sd 79,53% dengan jumlah total sampel sebanyak 1.075 mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 sebagai responden, tim menilai kecukupan perwakilan dari masing-masing Program Studi untuk kemudian dapat dianalisa lebih lanjut.

Begitu pula bila dilihat dari sisi kecukupan jumlah perwakilan dari aspek Fakultas dengan rata-rata 68,55% sd 77,57% atau ter rata-rata sebesar 75,70% dari total populasi, dapat mewakili dari tingkat Fakultas, seperti terlihat pada Tabel 3.3 dan Gambar 3.2.

Tabel 3.3. Sebaran Sampel Mahasiswa Baru
Tahun Akademik 2020/2021 berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Populasi	Sampel	Persen
1	FEB	428	332	77,57
2	FISIP	312	235	75,32
3	FH	358	274	76,54
4	FT	159	109	68,55
5	FIK	110	84	76,36
6	FKIP	53	41	77,36
Total :		1420	1075	75,70



Gambar 3.2. Persentase Sebaran Sampel pada Setiap Fakultas

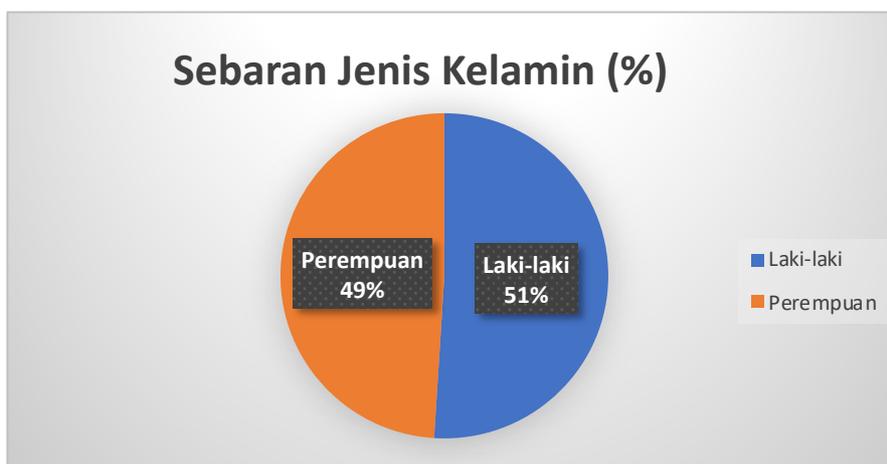
B. Analisis Umum Hasil Survei

B.1. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 1.075 sampel didapatkan sebaran berdasarkan jenis kelamin antar laki-laki dan perempuan hampir seimbang seperti pada penyajian pada Tabel 3.4 dan Gambar 3.3.

Tabel 3.4. Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1	Laki-laki	548	51%
2	Perempuan	527	49%
Total :		1.075	100%



Gambar 3.3. Persentase Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin

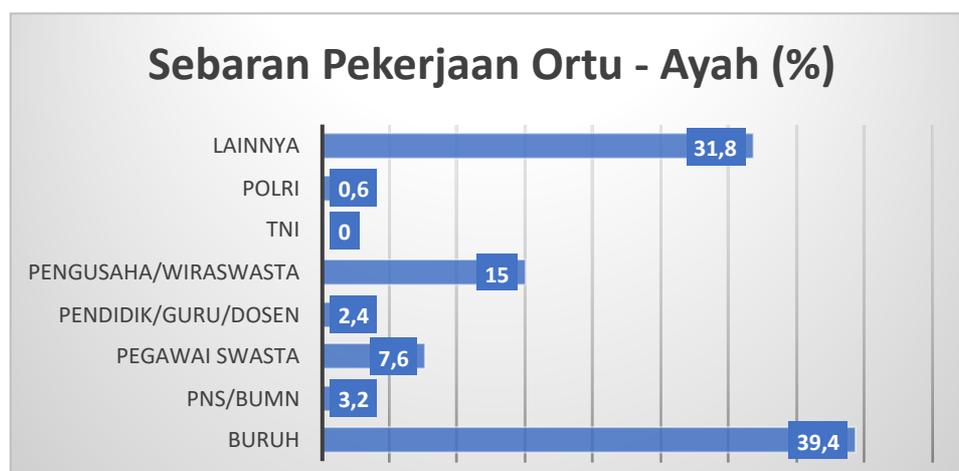
Berdasarkan data tersebut, jumlah persentase antara laki-laki dan perempuan dalam posisi hampir seimbang, ini berarti minat melanjutkan perguruan tinggi bagi kedua gender tersebut memiliki kemungkinan yang sama; dan ini akan lebih memudahkan Universitas dalam memberikan pemahaman tentang hak dan pentingnya kelanjutan studi bagi kedua gender tersebut atau dengan kata lain peluang atau kesempatan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi, khususnya Universitas Bandar Lampung lebih besar dan mendapatkan hak dan kewajiban yang sama.

B.2. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ayah

Tabel 3.5 dan Gambar 3.4. menyajikan visualisasi data respondensi didapatkan hasil bahwa pekerjaan buruh mendominasi jenis pekerjaan ayah para responden dengan persentase sebesar 39,4%, diikuti pekerjaan lainnya (31,8%) dan sebanyak 15% memiliki pekerjaan sebagai pengusaha atau wiraswasta. Hal tersebut dimungkinkan dengan adanya Kebijakan Universitas dan Kementerian terkait dengan Beasiswa Sosial, baik Beasiswa dari Yayasan Administrasi Lampung (YAL) dan Program Indonesia Pintar (PIP) Kartu Indonesia Pintar - Kuliah (KIP-K).

Tabel 3.5. Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ayah

No	Pekerjaan Ayah	Jumlah	Persen
1	Buruh	424	39,4
2	PNS/BUMN	34	3,2
3	Pegawai Swasta	82	7,6
4	Pendidik/Guru/Dosen	26	2,4
5	Pengusaha/Wiraswasta	161	15
6	TNI	0	0
7	POLRI	6	0,6
8	Lainnya	342	31,8
Total :		1.075	100



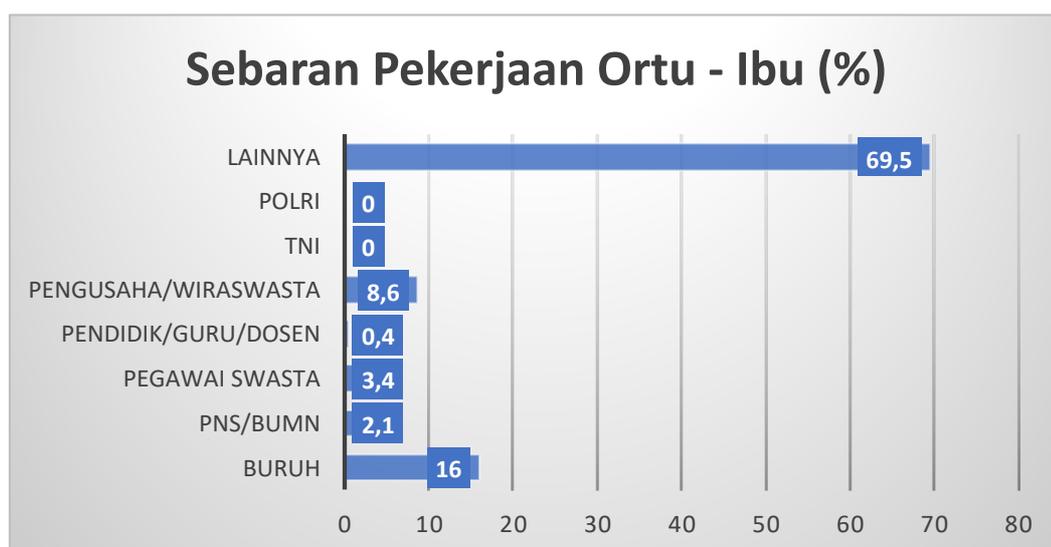
Gambar 3.4. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ayah

B.3. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ibu

Berdasarkan hasil kuesioner berdasarkan pekerjaan Ibu, kategori pekerjaan lainnya mendominasi sebesar 69,5% dengan asumsi sebagai Ibu Rumah Tangga dan urutan ke-dua sebesar 16% Ibu bekerja sebagai buruh dan 8,6% sebagai pengusaha/wiraswasta. Pada Tabel 3.6 dan Gambar 3.5 menyajikan hasil kuesioner dan visualisasi sebaran sampel berdasarkan pekerjaan Ibu.

Tabel 3.6. Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ibu

No	Pekerjaan Ibu	Jumlah	Persen
1	Buruh	172	16
2	PNS/BUMN	23	2,1
3	Pegawai Swasta	37	3,4
4	Pendidik/Guru/Dosen	4	0,4
5	Pengusaha/Wiraswasta	92	8,6
6	TNI	0	0
7	POLRI	0	0
8	Lainnya	747	69,5
Total :		1075	100



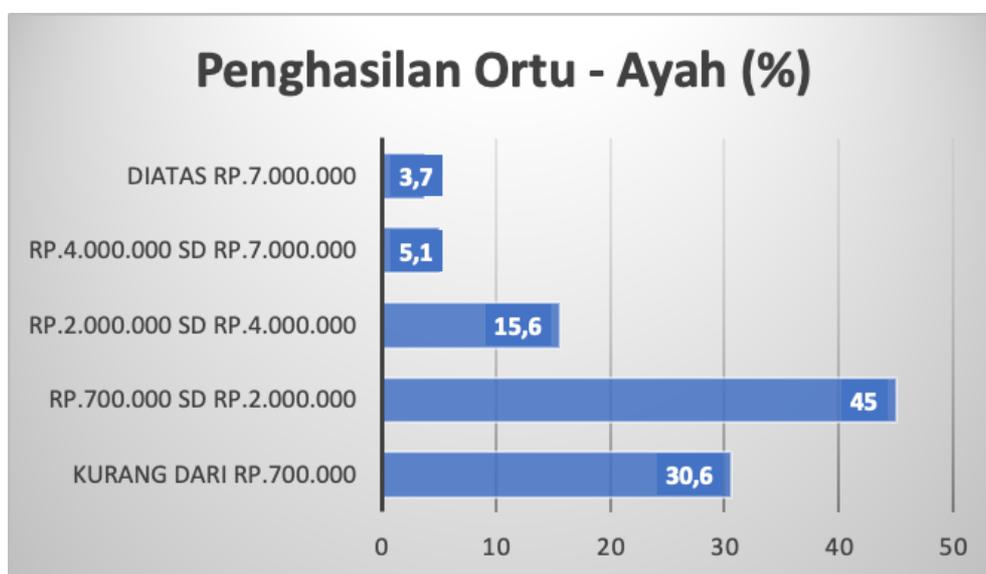
Gambar 3.5. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Pekerjaan Ibu

B.4. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ayah per-bulan

Sebanyak 45% ayah dari 1.075 mahasiswa baru Tahun Akademik 2020/2021 berpenghasilan antara Rp. 700.000 sd Rp. 2.000.000 kemudian di ikuti sebanyak 30,6% berpenghasilan di bawah Rp.700.000 sedangkan untuk penghasilan diantara Rp.2.000.000 sd Rp. 4.000.000 sebesar 15,6%. Tabel 3.7 memperlihatkan detail persentase jawaban sampel dan divisualisasikan dalam diagram Gambar 3.6.

Tabel 3.7. Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ayah per - bulan

No	Penghasilan Ayah per-bulan	Jumlah	Persen
1	Kurang dari Rp.700.000	329	30,6
2	Rp.700.000 sd Rp.2.000.000	484	45
3	Rp.2.000.000 sd Rp.4.000.000	168	15,6
4	Rp.4.000.000 sd Rp.7.000.000	55	5,1
5	Diatas Rp.7.000.000	40	3,7
Total :		1075	100



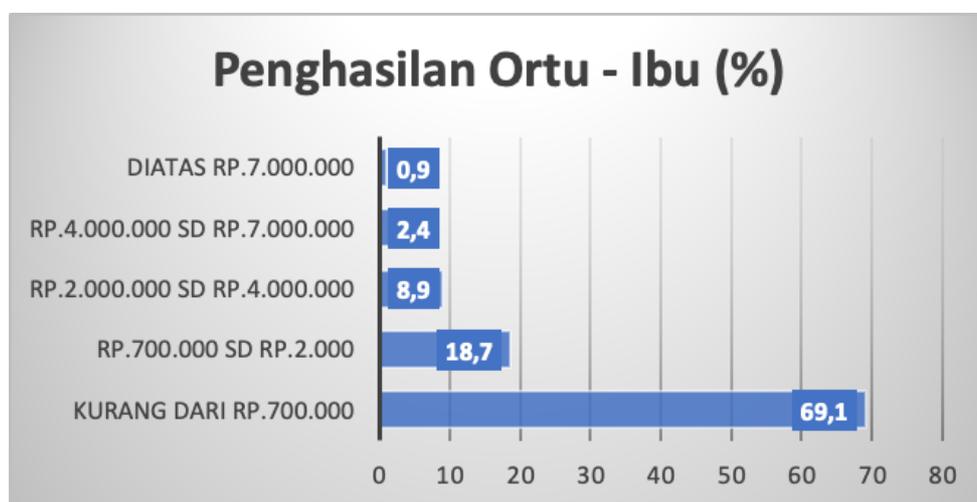
Gambar 3.6. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ayah per-bulan

B.5. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ibu per-bulan

Pada data sampel terkait penghasilan Ibu per-bulan, dari 1.075 sampel yang masuk, tercatat sebanyak 69,1% berpenghasilan di bawah Rp.700.000. Hal ini di asumsikan bahwa sebagian besar Ibu dari mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021, merupakan Ibu Rumah Tangga, memiliki usaha kecil atau sebagai buruh harian lepas, hal dapat di konsultasikan dengan Tabel 3.6 dimana jawaban atas pertanyaan pekerjaan Ibu berupa lainnya (diasumsikan sebagai Ibu Rumah Tangga), Buruh dan Wiraswasta. Berikut Tabel 3.8 dan Gambar 3.7 disajikan untuk detail jawaban dan visualisasinya.

Tabel 3.8. Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ibu per-bulan

No	Penghasilan Ibu per-bulan	Jumlah	Persen
1	Kurang dari Rp.700.000	743	69,1
2	Rp.700.000 sd Rp.2.000	201	18,7
3	Rp.2.000.000 sd Rp.4.000.000	96	8,9
4	Rp.4.000.000 sd Rp.7.000.000	26	2,4
5	Diatas Rp.7.000.000	10	0,9
Total :		1075	100



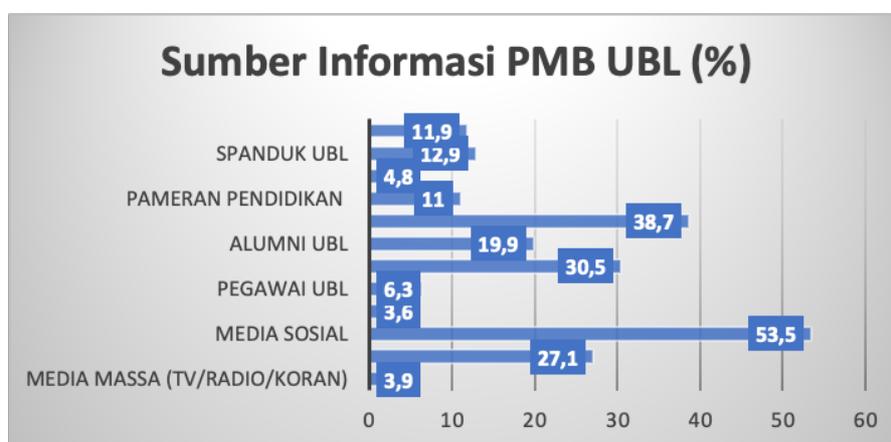
Gambar 3.7. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Penghasilan Ibu per-bulan

B.6. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL

Media sosial menjadi sumber informasi PMB UBL terbanyak dengan persentase sebesar 53,%, hal ini dimungkinkan karena generasi milenial merupakan generasi yang sangat aktif dalam ber media sosial dan memiliki *interest* tinggi terhadap teknologi informasi, ini berbanding terbalik dengan sumber informasi PMB UBL yang berasal dari Media Massa (3,9%), sedangkan persentase berikutnya berasal dari adanya kunjungan tim promosi ke sekolah (38,7%) dan mahasiswa UBL yang menjadi *Mouth to Mouth* marketing (30,5%). Tabel 3.9 dan Gambar 3.8 menyajikan sebaran persentase berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL.

Tabel 3.9. Sebaran Sampel berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL

No	Sumber Informasi PMB	Jumlah	Persen
1	Media Massa (TV/Radio/Koran)	42	3,9
2	Media Website	291	27,1
3	Media Sosial	575	53,5
4	Guru BK	39	3,6
5	Pegawai UBL	68	6,3
6	Mahasiswa UBL	328	30,5
7	Alumni UBL	214	19,9
8	Tim Promosi Kunjungan ke sekolah	416	38,7
9	Pameran Pendidikan	118	11
10	Kunjungan ke UBL	52	4,8
11	Spanduk UBL	139	12,9
12	Billboard UBL	128	11,9



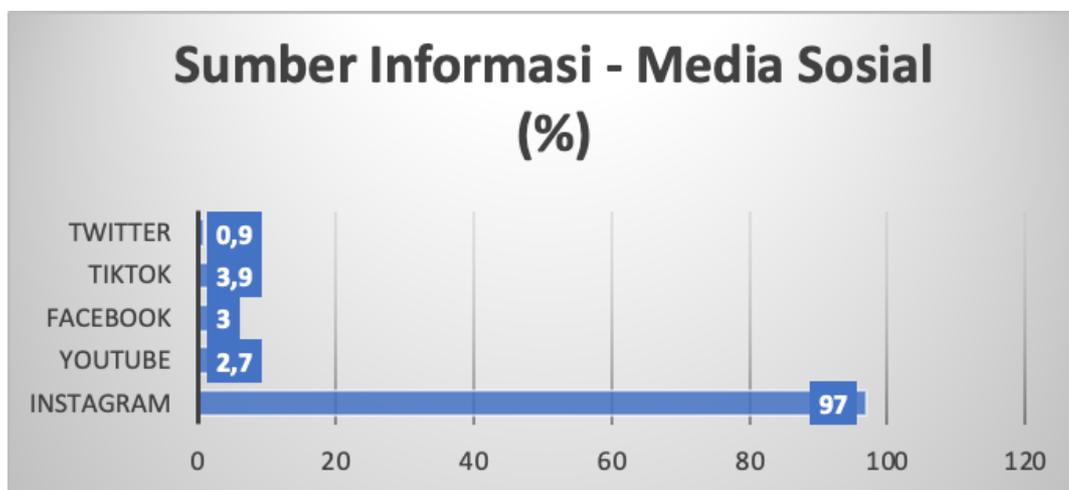
Gambar 3.8. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Sumber Informasi PMB UBL

B.7. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL melalui Media Sosial

Instagram menjadi sumber informasi PMB tertinggi sebagai sumber informasi PMB UBL dengan persentase sebesar 97%, sedangkan media lain seperti YouTube, Facebook dan TikTok diangka antara 2,7% sampai dengan 3,9% dan terendah dari media twitter. Tabel 3.10 dan Gambar 3.9 menyajikan sebaran dan visualisasi data sampel berdasarkan Informasi PMB UBL melalui media sosial.

Tabel 3.10. Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL

No	Sumber Media Sosial	Jumlah	Persen
1	Instagram	1043	97
2	Youtube	29	2,7
3	Facebook	3	3
4	Tiktok	42	3,9
5	Twitter	10	0,9



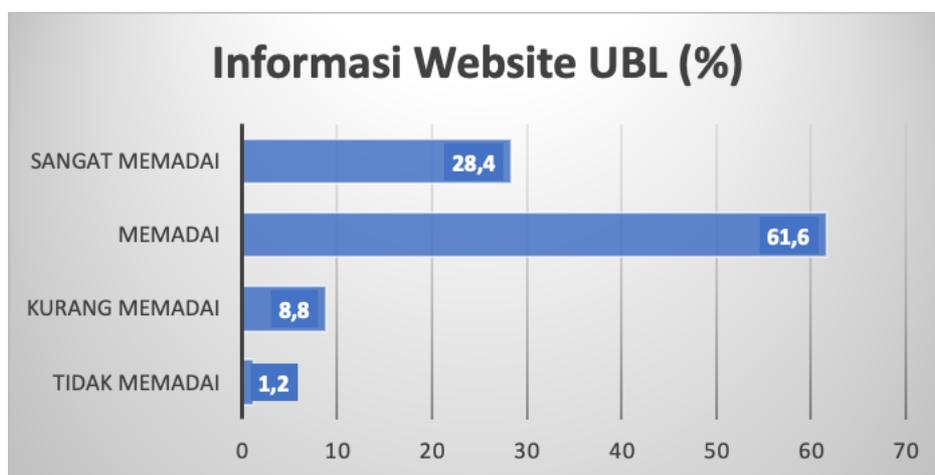
Gambar 3.9. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL

B.8. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Informasi PMB UBL melalui Website UBL

Kelengkapan informasi PMB UBL melalui website UBL di nilai memadai dengan persentase sebesar 61,6% dan sangat memadai sebesar 28,4%. Ini menandakan bahwa informasi website dirasa telah memadai namun perlu ditingkatkan dan disesuaikan dengan kebutuhan informasi beserta kelengkapan informasi. Tabel 3.11 dan Gambar 3.10 menyajikan sebaran sampel berdasarkan informasi PMB UBL.

Tabel 3.11. Sebaran berdasarkan Informasi PMB UBL

No	Informasi Website UBL	Jumlah	Persen
1	Tidak memadai	13	1,2
2	Kurang memadai	95	8,8
3	Memadai	662	61,6
4	Sangat memadai	305	28,4
Total :		1075	100



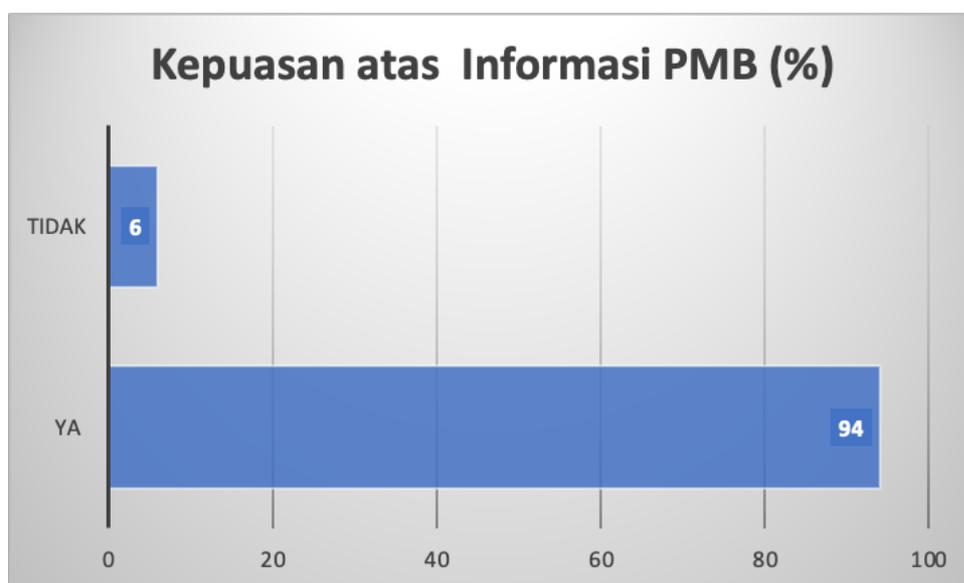
Gambar 3.10. Persentase Sebaran berdasarkan Informasi PMB UBL

B.9. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Kelengkapan Informasi PMB UBL

Sebanyak 1.011 sample atau sebesar 94% menyatakan puas pada kelengkapan informasi PMB UBL dan hanya sebesar 6% menyatakan tidak puas. Tabel 3.12 dan Gambar 3.11 menyajikan sebaran sampel berdasarkan kepuasan kelengkapan informasi PMB UBL.

Tabel 3.12. Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Kelengkapan Informasi PMB UBL

No	Kepuasan atas Informasi PMB	Jumlah	Persen
1	Ya	1011	94
2	Tidak	65	6
Total :		1075	100



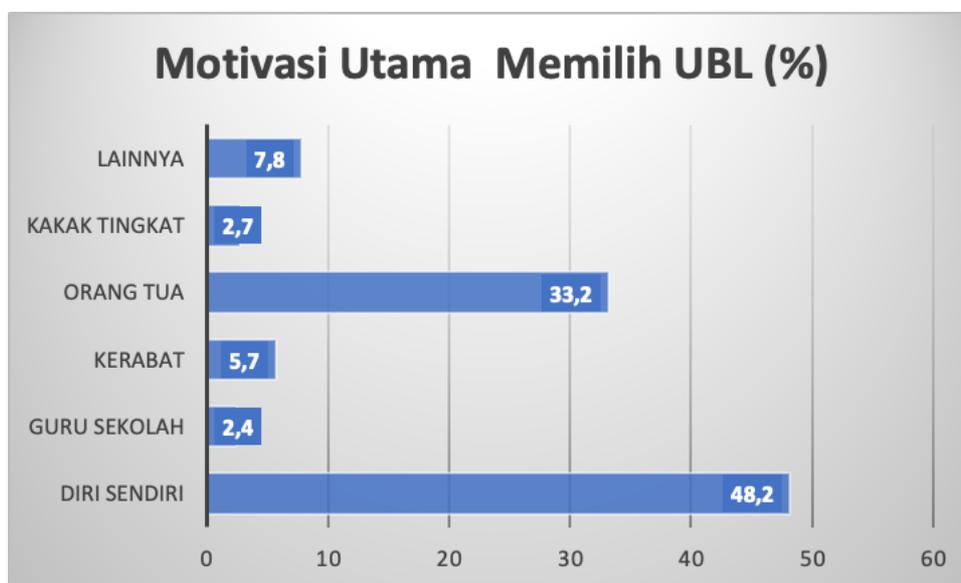
Gambar 3.11. Persentase Sampel berdasarkan Kepuasan Informasi PMB UBL

B.10. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Motivasi Utama Memilih UBL

Sebaran sampel berdasarkan motivasi utama dalam memilih UBL masih didominasi oleh diri sendiri sebesar 48,2% dan sebesar 33,2% motivasi memilih UBL disebabkan oleh orang tua. Ini dapat berarti bahwa keputusan memilih lebih kepada lingkaran diri terdekat dari mahasiswa baru (diri sendiri dan orang tua). Tabel 3.13 dan Gambar 3.12 menyajikan sebaran sampel berdasarkan motivasi utama memilih UBL.

Tabel 3.13. Sebaran Sampel berdasarkan Motivasi Utama Memilih UBL

No	Motivasi Utama memilih UBL	Jumlah	Persen
1	Diri sendiri	518	48,2
2	Guru Sekolah	26	2,4
3	Kerabat	61	5,7
4	Orang tua	357	33,2
5	Kakak tingkat	29	2,7
6	Lainnya	84	7,8
Total :		1075	100



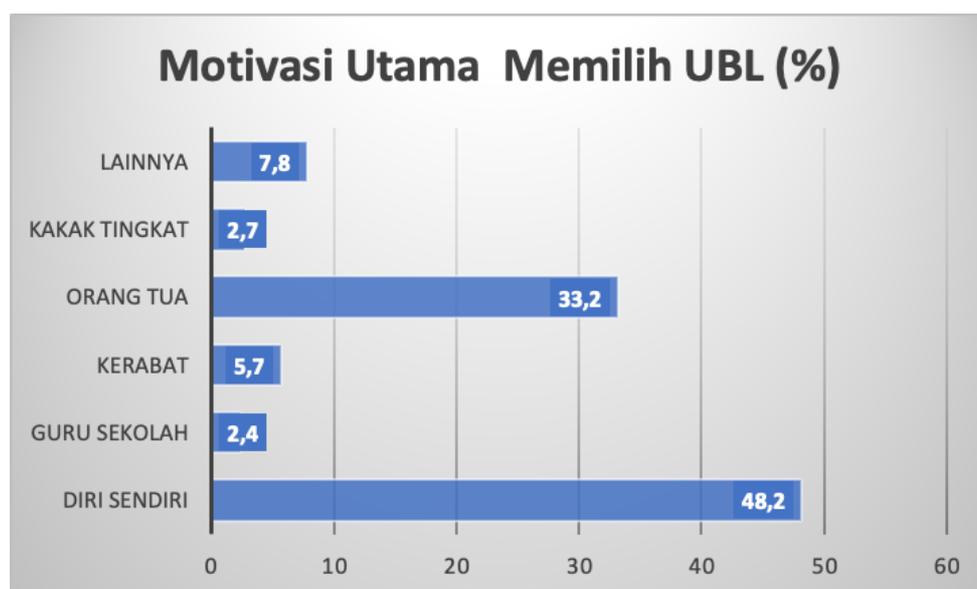
Gambar 3.12. Persentase Sebaran sampel berdasarkan Motivasi Memilih UBL

B.11. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Alasan Memilih UBL

Adanya program Beasiswa di UBL, menjadi salah satu alasan tertinggi untuk memilih UBL sebagai tujuan melanjutkan ke Perguruan Tinggi sedangkan alasan tidak diterima di PTN ataupun PTS lain bukan menjadi alasan terbanyak diantara sampel dalam memilih UBL. Tabel 3.14 dan Gambar 3.13 menyajikan sebaran sampel berdasarkan alasan memilih UBL

Tabel 3.14. Sebaran Sampel berdasarkan Alasan Memilih UBL

No	Alasan memilih UBL	Jumlah	Persen
1	Fasilitas lengkap dan bagus	356	33,1
2	Biaya terjangkau	106	9,9
3	Akreditasi Program Studi	441	4,1
4	Akreditasi Universitas	405	37,7
5	Beasiswa	684	63,6
6	Lokasi kampus yang strategis	307	28,6
7	Citra Universitas dikenal baik	249	23,2
8	Tidak diterima di PTN	256	23,8
9	Tidak diterima di PTS lain	26	2,4
10	Tidak diterima di Sekolah Kementerian/Akpol/Akmil	26	2,4
11	Lulusan UBL dikenal sukses	146	13,6



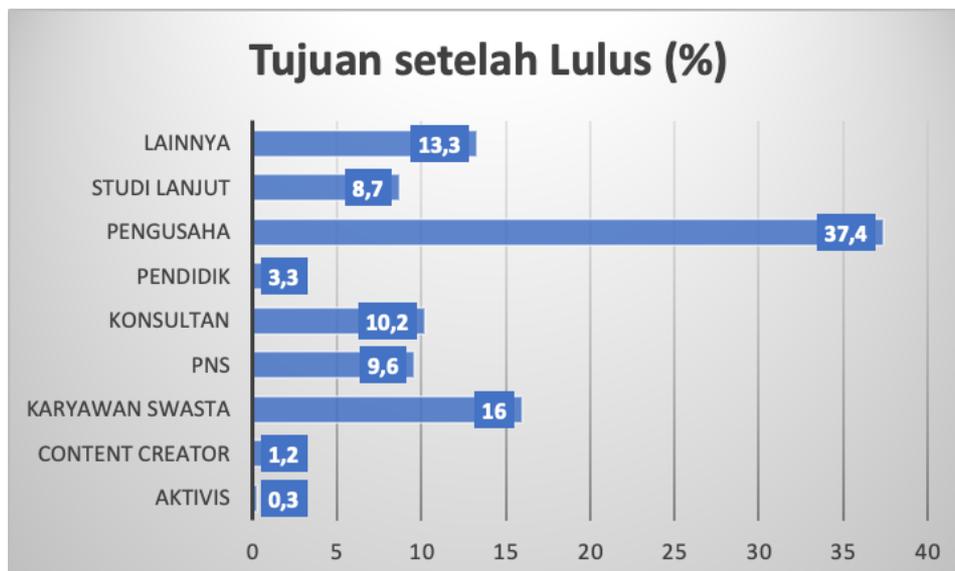
Gambar 3.13. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Alasan Memilih UBL

B.12. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Tujuan setelah Lulus dari UBL

Dari data pada Tabel 3.15. terdapat 37,4% sampel yang memilih menjadi pengusaha setelah lulus dari UBL, ini berarti minat sebagai entrepreneur atau kewirausahaan diawal telah menjadi tujuan mahasiswa baru UBL. Sedangkan tujuan sebagai aktivis merupakan tujuan dengan jumlah sampel terendah.

Tabel 3.15. Sebaran Sampel berdasarkan Tujuan setelah Lulus dari UBL

No	Tujuan setelah lulus dari UBL	Jumlah	Persen
1	Aktivis	3	0,3
2	Content Creator	13	1,2
3	Karyawan Swasta	172	16
4	PNS	103	9,6
5	Konsultan	110	10,2
6	Pendidik	35	3,3
7	Pengusaha	402	37,4
8	Studi Lanjut	94	8,7
9	Lainnya	143	13,3
Total :		1075	100



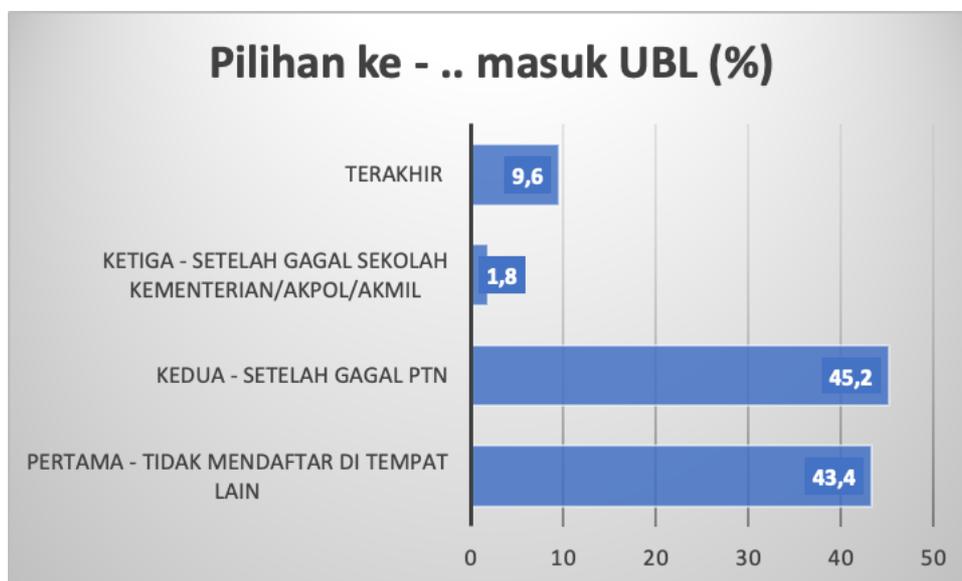
Gambar 3.14. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Tujuan setelah Lulus dari UBL

B.13. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Urutan UBL sebagai Pilihan Melanjutkan ke Perguruan Tinggi

UBL menjadi pilihan kedua dan pertama diantara mahasiswa baru dalam kondisi seimbang, dengan persentase memilih sebesar 45,2% dan 43,4%. Hal ini menunjukkan bahwa UBL telah menjadi pilihan pendamping diantara PTN dan diasumsikan UBL telah *ter-positioning* dengan baik diantara PTN.

Tabel 3.16. Sebaran Sampel berdasarkan Urutan UBL sebagai Pilihan Melanjutkan ke Perguruan Tinggi

No	Pilihan ke - masuk ke UBL	Jumlah	Persen
1	Pertama - tidak mendaftar di tempat lain	467	43,4
2	Kedua - setelah gagal PTN	486	45,2
3	Ketiga - setelah gagal Sekolah Kementerian/Akpol/Akmil	19	1,8
4	Terakhir	103	9,6
Total :		1075	100



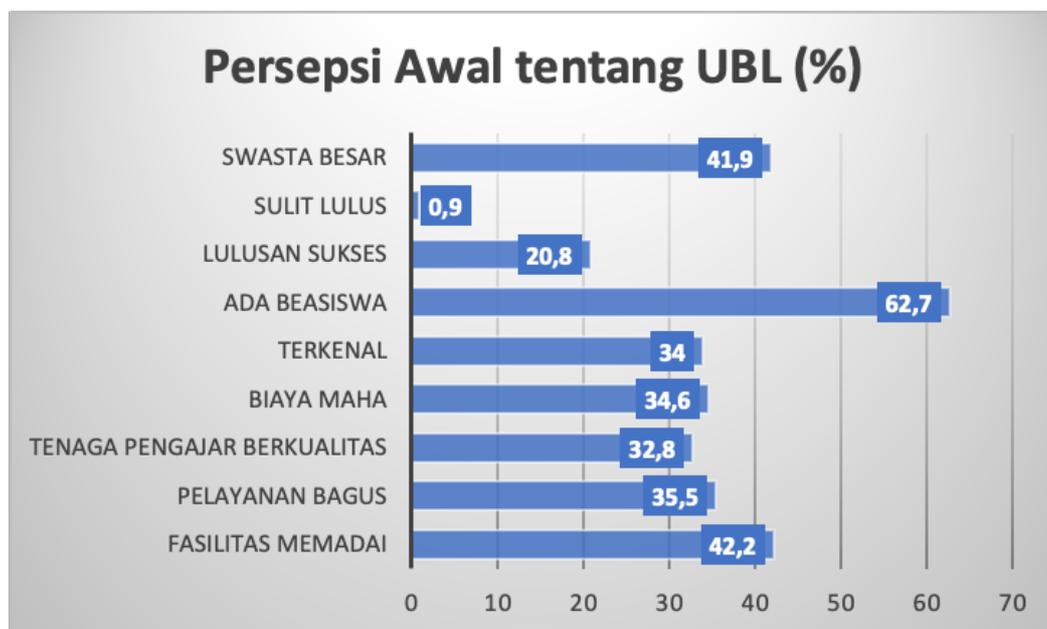
Gambar 3.15. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Urutan UBL sebagai Pilihan Melanjutkan ke Perguruan Tinggi

B.14. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Persepsi Awal tentang UBL

Adanya program Beasiswa (62,7%) di UBL, menjadi salah satu persepsi awal tentang UBL, hal ini sebanding dengan hasil pada kriteria alasan memilih UBL. Sedangkan persepsi tentang “sulit lulus” menempati urutan persepsi terkecil (0,9%). Ini berarti program beasiswa dan kriteria lainnya menjadi persepsi awal yang dapat dipergunakan sebagai bahan promosi.

Tabel 3.17. Sebaran Sampel berdasarkan Persepsi Awal tentang UBL

No	Persepsi awal tentang UBL	Jumlah	Persen
1	Fasilitas memadai	454	42,2
2	Pelayanan bagus	382	35,5
3	Tenaga pengajar berkualitas	353	32,8
4	Biaya mahal	372	34,6
5	Terkenal	366	34
6	Ada Beasiswa	674	62,7
7	Lulusan sukses	224	20,8
8	Sulit lulus	10	0,9
9	Swasta besar	450	41,9



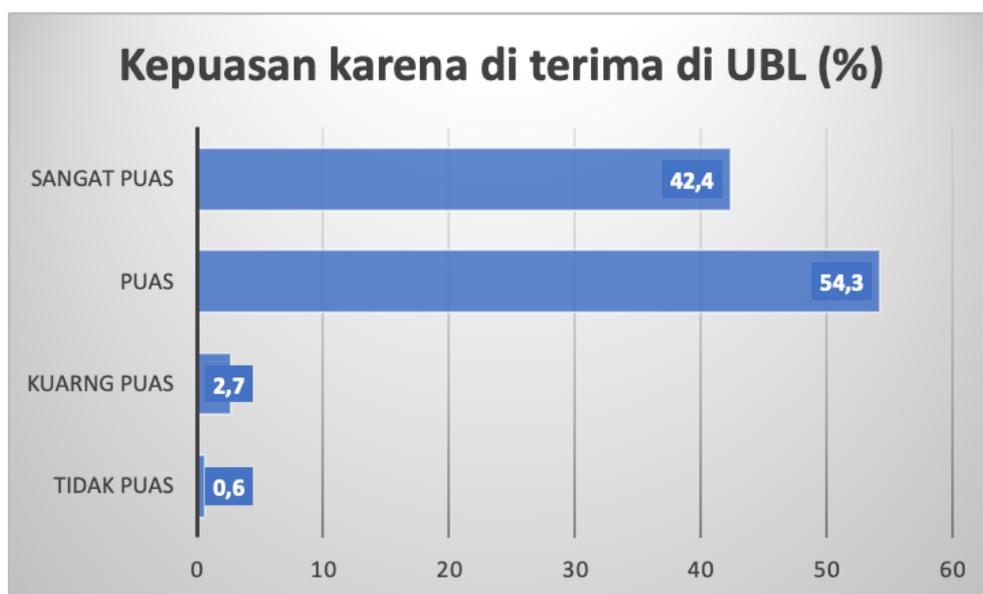
Gambar 3.16. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Persepsi Awal tentang UBL

B.15. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Diterima di UBL

Kepuasan mahasiswa baru karena diterima di UBL didapatkan 54,3% menyatakan puas dan 42,4% menyatakan sangat puas. Ini dapat diasumsikan bahwa mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 menjadikan UBL sebagai tujuan memilih perguruan tinggi dan merasa puas dan sangat puas karena tujuan yang di targetkan tercapai.

Tabel 3.18. Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Diterima di UBL

No	Kepuasan karena diterima di UBL	Jumlah	Persen
1	Tidak puas	6	0,6
2	Kurang puas	29	2,7
3	Puas	584	54,3
4	Sangat puas	456	42,4
Total :		1075	100



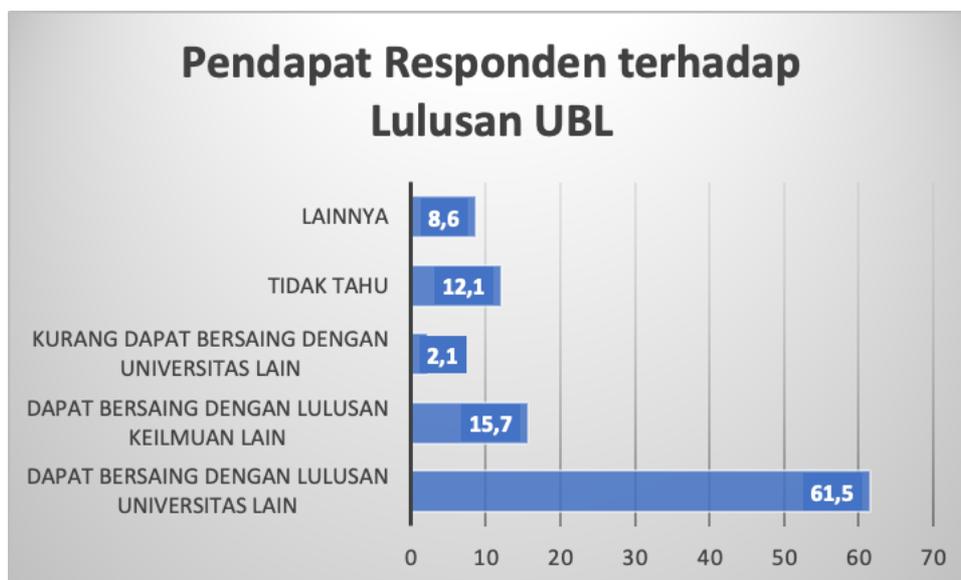
Gambar 3.17. Persentase Sebaran Sampel berdasarkan Kepuasan Diterima di UBL

B.16. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL

Lulusan UBL dapat bersaing dengan lulusan dari Universitas lain menempati pilihan terbanyak sebesar 61,5% atau 661 dari 1.075 mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 yang menjadi sampel. Hal ini menunjukkan bahwa UBL dapat bersaing dengan Universitas lain. Tabel 3.19 dan Gambar 3.18 menyajikan sebaran sampel berdasarkan pendapat tentang lulusan UBL.

Tabel 3.19. Sebaran Sampel berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL

No	Pendapat tentang Lulusan UBL	Jumlah	Persen
1	Dapat bersaing dengan lulusan Universitas lain	661	61,5
2	Dapat bersaing dengan lulusan keilmuan lain	169	15,7
3	Kurang dapat bersaing dengan Universitas lain	23	2,1
4	Tidak tahu	130	12,1
5	Lainnya	92	8,6
Total :		1075	100



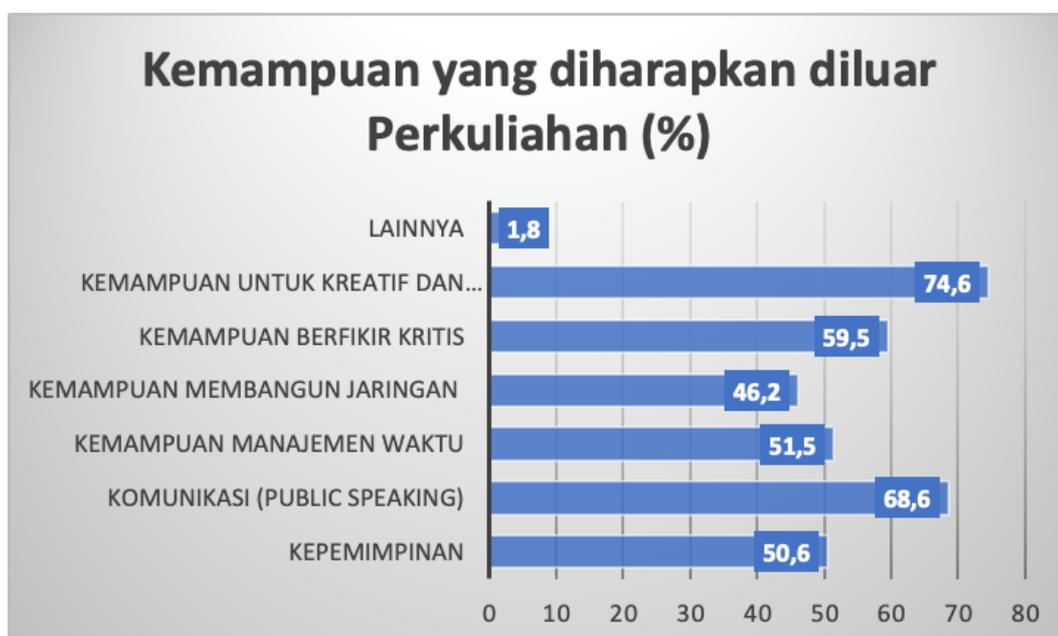
Gambar 3.18. Persentase Sampel berdasarkan Pendapat tentang Lulusan UBL

B.17. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik Diluar Perkuliahan

Kemampuan spesifik diluar perkuliahan ternyata banyak dipilih oleh mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 yang artinya mahasiswa baru merasa bahwa diperlukan kemampuan lain yang tidak hanya berkaitan dengan keilmuan. Pilihan tertinggi berada pada pilihan kemampuan kreatif dan inovatif; ini menunjukkan bahwa visi dan misi UBL telah sejajar dengan keinginan atas kemampuan tambahan di mahasiswa baru.

Tabel 3.20. Sebaran Sampel berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik Diluar Perkuliahan

No	Kemampuan spesifik diluar perkuliahan	Jumlah	Persen
1	Kepemimpinan	544	50,6
2	Komunikasi (Public Speaking)	737	68,6
3	Kemampuan manajemen waktu	554	51,5
4	Kemampuan membangun jaringan	497	46,2
5	Kemampuan berfikir kritis	640	59,5
6	Kemampuan untuk kreatif dan inovatif	802	74,6
7	Lainnya	19	1,8



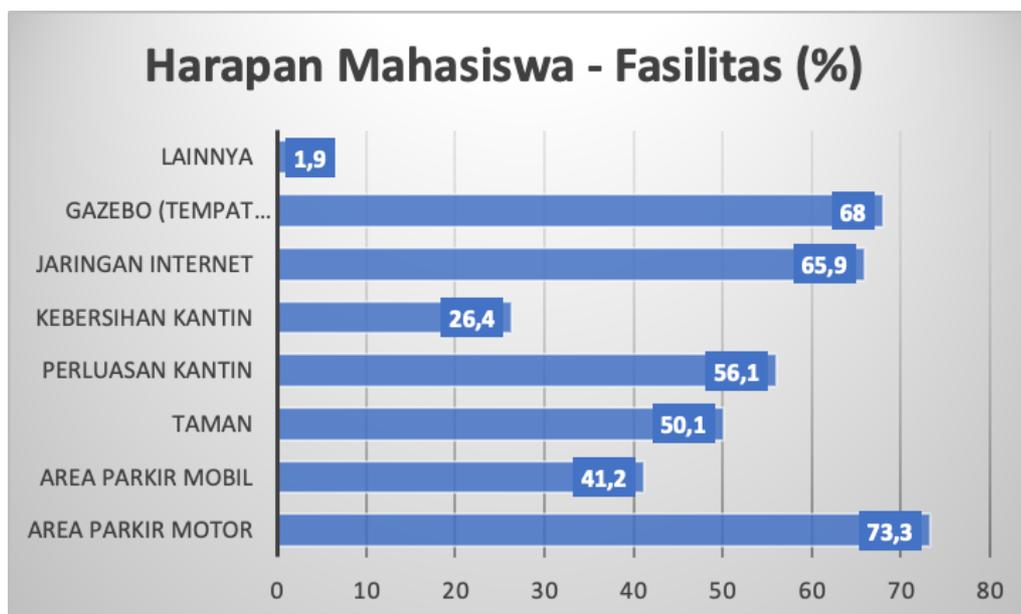
Gambar 3.19. Persentase Sampel berdasarkan Harapan Kemampuan Spesifik Diluar Perkuliahan

B.18. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel berdasarkan Fasilitas yang Perlu Ditambahkan dan Dibenahi

Secara keseluruhan berbagai fasilitas diperlukan untuk dibenahi atau ditambahkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mahasiswa baru. Fasilitas yang banyak dipilih untuk di tambah atau dibenahi adalah area parkir motor (73,3%) dan jaringan internet (65,9%). Hal ini sangat memungkinkan, dengan melihat sebagian mahasiswa baru menggunakan kendaraan roda 2 dan jaringan internet telah menjadi kebutuhan bagi generasi ini.

Tabel 3.21. Sebaran Sampel berdasarkan Fasilitas yang Perlu Ditambahkan dan Dibenahi

No	Fasilitas yang perlu ditambahkan atau dibenahi	Jumlah	Persen
1	Area parkir motor	788	73,3
2	Area parkir mobil	443	41,2
3	Taman	539	50,1
4	Perluasan Kantin	603	56,1
5	Kebersihan Kantin	284	26,4
6	Jaringan internet	708	65,9
7	Gazebo (tempat berteduh/beristirahat)	731	68
8	Lainnya	20	1,9



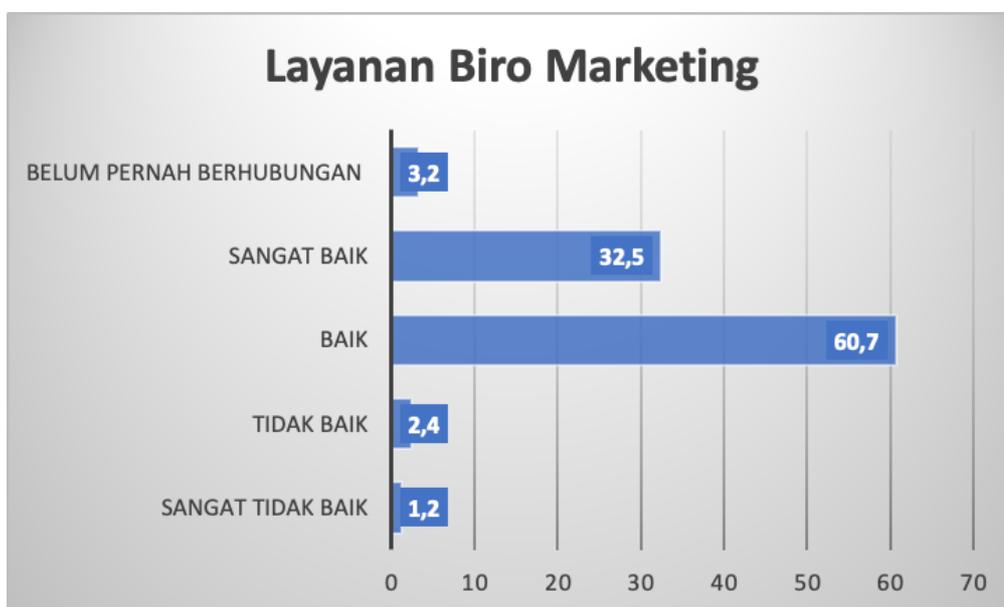
Gambar 3.20. Persentase Sebaran berdasarkan Fasilitas yang Ditambahkan dan Dibenahi

B.19. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Marketing

Layanan Biro Marketing sebagai pintu pertama layanan bagi calon mahasiswa dan layanan informasi umum bagi mahasiswa baru mendapatkan pilihan kepuasan yang baik (60,7%) dan sangat baik (32,5%). Walau dari data tersebut telah mencapai angka diatas 50%, namun layanan masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan, karena layanan biro ini merupakan layanan pertama dan dapat menjadi positioning awal bagi calon mahasiswa.

Tabel 3.22. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Marketing

No	Layanan Biro Marketing	Jumlah	Persen
1	Sangat tidak baik	13	1,2
2	Tidak baik	26	2,4
3	Baik	653	60,7
4	Sangat baik	349	32,5
5	Belum pernah berhubungan	34	3,2
Total :		1075	100



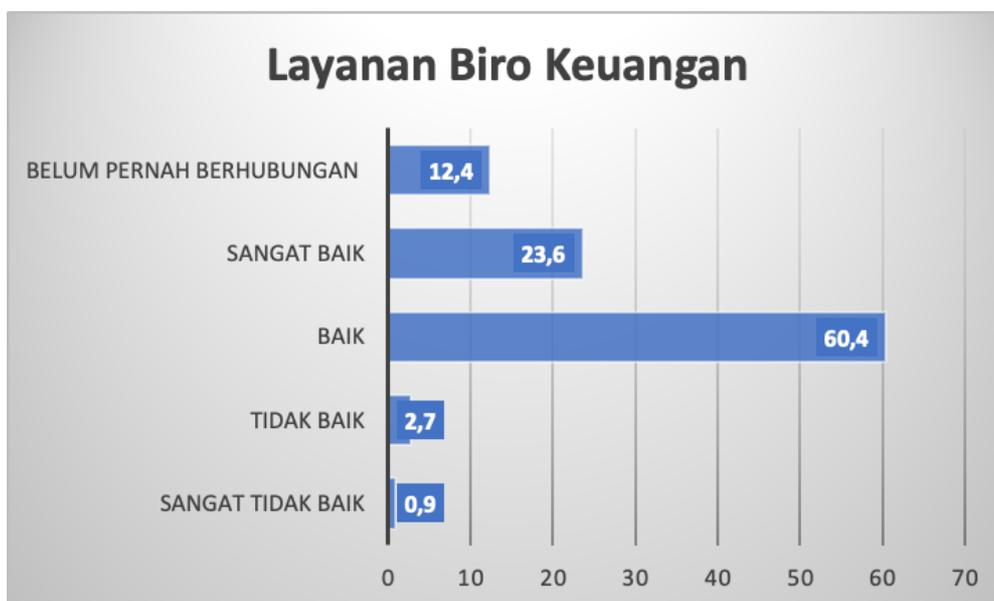
Gambar 3.21. Persentase Sampel terkait Layanan Biro Marketing

B.20. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Keuangan

Kualitas layanan Biro Keuangan secara umum dinyatakan baik dengan persentase sebesar 60,4% dan sebesar 23,6% menyatakan sangat baik. Sama hanya dengan Biro Marketing, layanan masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan dikarenakan administrasi keuangan merupakan hal yang sensitif di kalangan mahasiswa dan orang tua. Tabel 3.23. dan Gambar 3.22 menyajikan sebaran sampel terkait layanan Biro Keuangan.

Tabel 3.23. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Keuangan

No	Layanan Biro Keuangan	Jumlah	Persen
1	Sangat tidak baik	10	0,9
2	Tidak baik	29	2,7
3	Baik	649	60,4
4	Sangat baik	254	23,6
5	Belum pernah berhubungan	133	12,4
Total :		1075	100



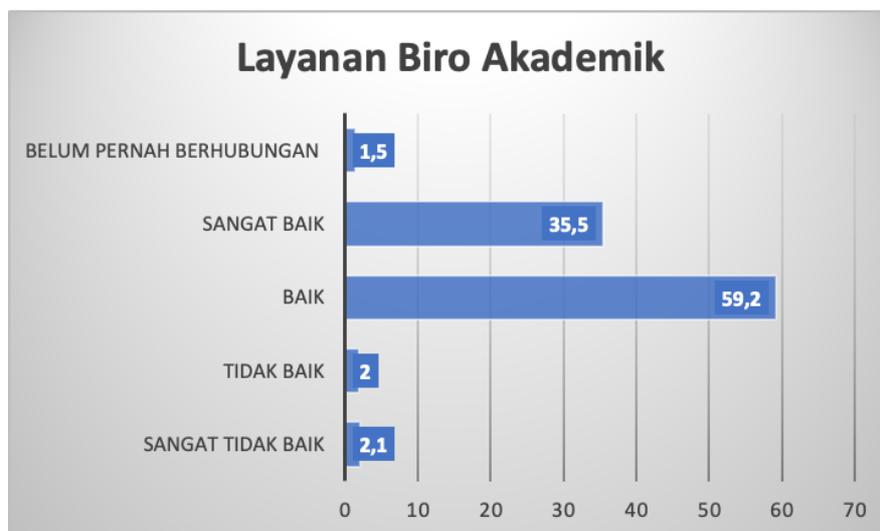
Gambar 3.22. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Keuangan

B.21. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Akademik

Kualitas layanan Biro Akademik secara umum dinyatakan baik dengan persentase sebesar 59,2% dan sebesar 35,5% menyatakan sangat baik. Sama hanya dengan Biro Layanan lainnya, layanan masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Tabel 3.24. dan Gambar 3.23 menyajikan sebaran sampel terkait layanan Biro Akademik.

Tabel 3.24. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Akademik

No	Layanan Biro Akademik	Jumlah	Persen
1	Sangat tidak baik	23	2,1
2	Tidak baik	18	2
3	Baik	636	59,2
4	Sangat baik	382	35,5
5	Belum pernah berhubungan	16	1,5
Total :		1075	100



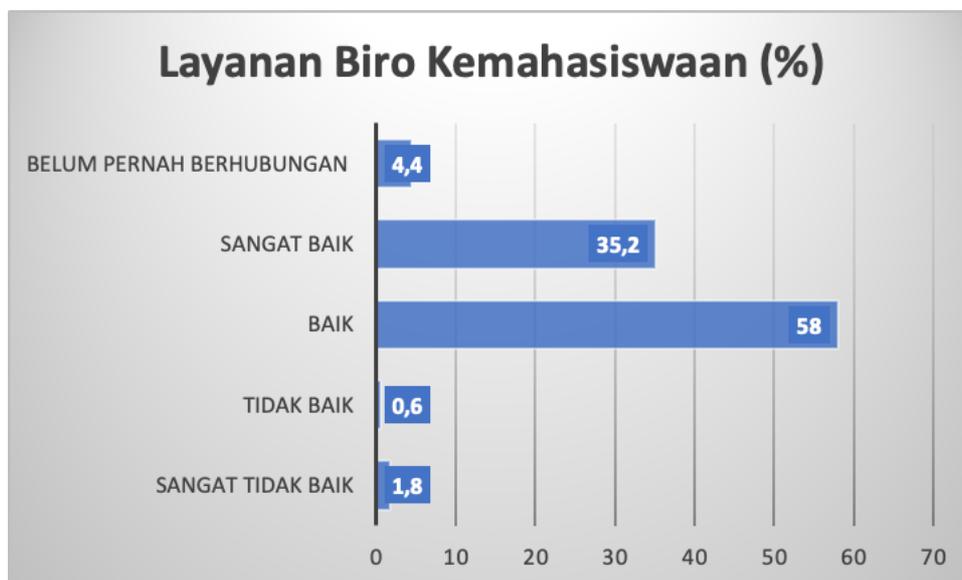
Gambar. 3.23. Persentase Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Akademik

B.22. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Kemahasiswaan

Kualitas layanan Biro Kemahasiswaan secara umum dinyatakan baik dengan persentase sebesar 58% dan sebesar 35,2% menyatakan sangat baik. Sama hanya dengan Biro Layanan lainnya, layanan masih perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Tabel 3.25. dan Gambar 3.24 menyajikan sebaran sampel terkait layanan Biro Kemahasiswaan.

Tabel 3.25. Sebaran Sampel terkait Layanan Biro Kemahasiswaan

No	Layanan Biro Kemahasiswaan	Jumlah	Persen
1	Sangat tidak baik	19	1,8
2	Tidak baik	6	0,6
3	Baik	624	58
4	Sangat baik	378	35,2
5	Belum pernah berhubungan	47	4,4
Total :		1075	100



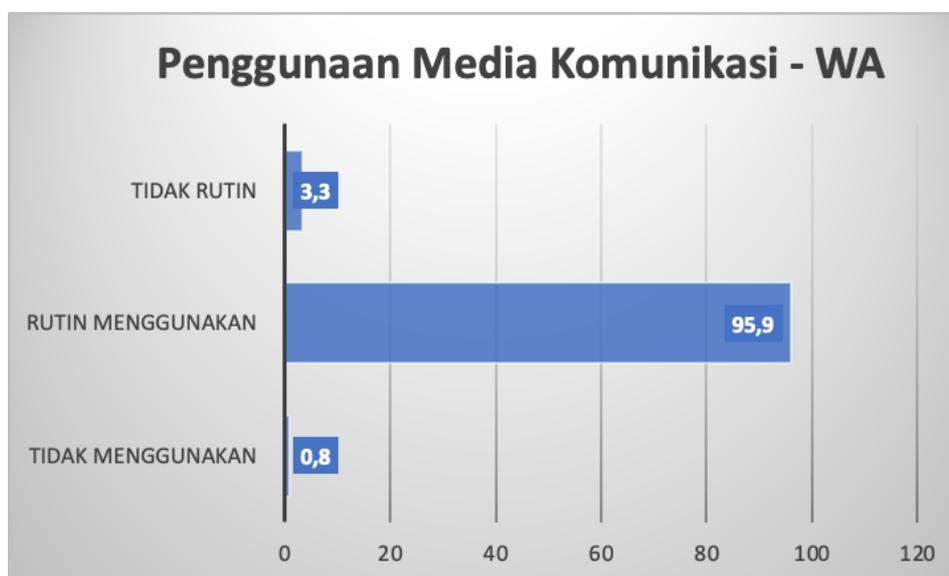
Gambar 3.24. Persentase Sampel terkait Layanan Biro kemahasiswaan

B.23. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp

Penggunaan media komunikasi secara rutin pada media WhatsApp memiliki persentasi sebesar 95,9% dikalangan mahasiswa dan hanya 0,8% mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 tidak menggunakan media komunikasi ini. Bila dilihat dari hasil ini, maka media komunikasi WhatsApp menjadi alternatif dalam penyebaran informasi baik terkait promosi atau informasi lainnya

Tabel 3.26. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp

No	Penggunaan Media Komunikasi - WA	Jumlah	Persen
1	Tidak menggunakan	9	0,8
2	Rutin menggunakan	1031	95,9
3	Tidak rutin	35	3,3
Total :		1075	100



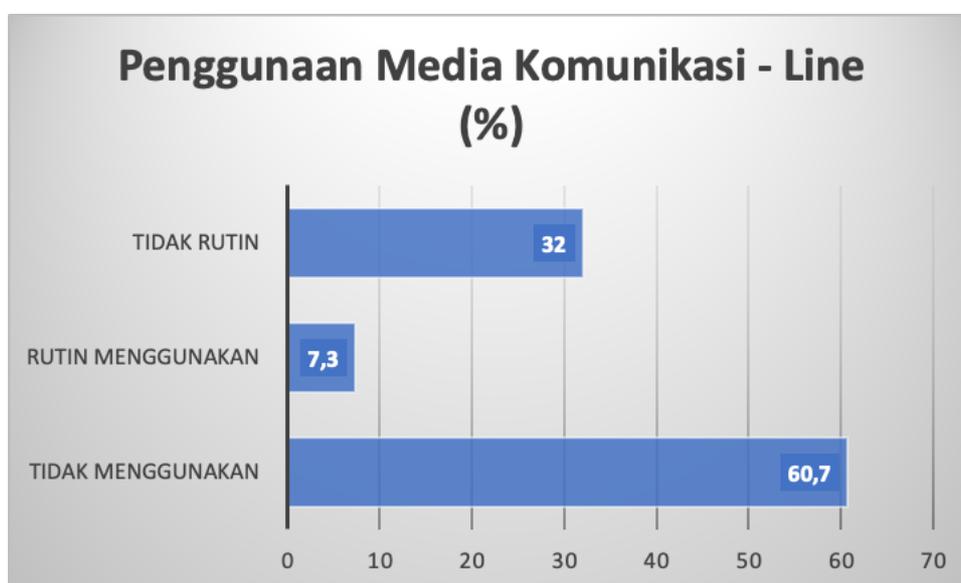
Gambar 3.25. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi WhatsApp

B.24. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Line

Bila dilihat dari data sebaran penggunaan media komunikasi Line, didapatkan bahwa mahasiswa baru tahun akademik 2020/2021 tidak menjadikan media komunikasi ini sebagai media komunikasi terbanyak digunakan (60,7%).

Tabel 3.27. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Line

No	Penggunaan Media Komunikasi - Line	Jumlah	Persen
1	Tidak menggunakan	653	60,7
2	Rutin menggunakan	78	7,3
3	Tidak rutin	344	32
Total :		1075	100



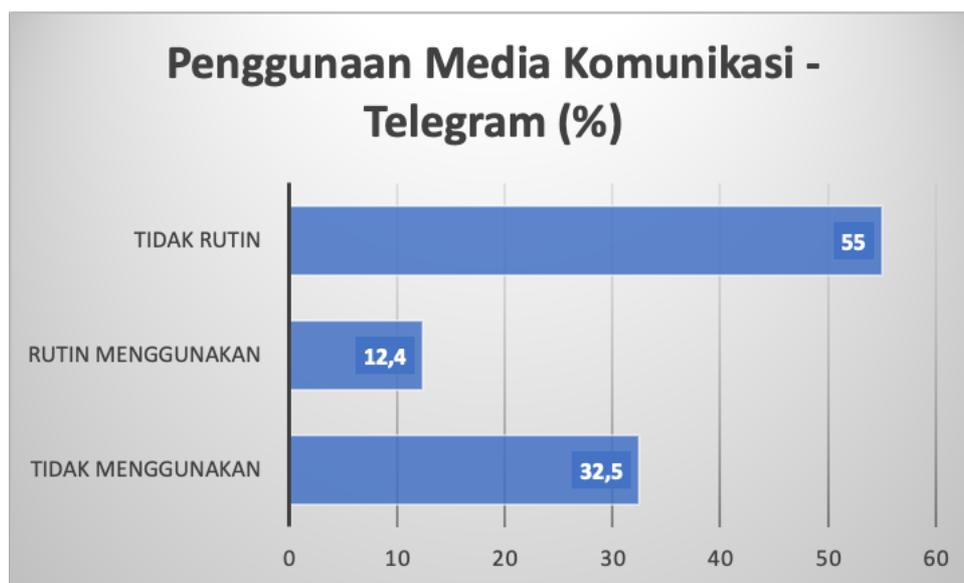
Gambar 3.26. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Line

B.25. Data dan Analisis Umum Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram

Media komunikasi Telegram secara rutin digunakan sebanyak 12,4% dan tidak rutin sebanyak 55%. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa baru akan mengarah ke media ini walau rutinitas penggunaan tidak sebanyak media WhatsApp, ini perlu dicermati sebagai media alternatif lainnya dalam penyebaran informasi.

Tabel 3.28. Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram

No	Penggunaan Media Komunikasi - Telegram	Jumlah	Persen
1	Tidak menggunakan	349	32,5
2	Rutin menggunakan	133	12,4
3	Tidak rutin	591	55
Total :		1074	100



Gambar 3.26. Persentase Sebaran Sampel terkait Penggunaan Media Komunikasi Telegram